



G Suite

Strumenti che accelerano  
il tuo business.

Inizia ora

HOME

IMPRESE

MANAGEMENT

MERCATI &amp; FIERE

ISCRIVITI ALLE NEWSLETTER

Ricerca nel sito

## Bottini (Bbs): l'ufficio turistico del futuro? È un vero... Mito



di Gianmarco Gallizzi – 24 ottobre 2016

Si chiama **Multisensory interactive tourist office** (Mito) ed è il primo ufficio turistico interattivo multimediale e multisensoriale presidiato in remoto, di semplice utilizzo, progettato e realizzato dall'**azienda bresciana Bbs** per dare indicazioni e offrire servizi ai turisti in arrivo all'**aeroporto di Verona**. «L'obiettivo è offrire un ambiente accogliente, sempre aperto, dove il turista appena arrivato può ottenere informazioni utili sui territori circostanti, come Verona, il **lago di Garda, Brescia, Trento, Bolzano, Vicenza** o **Mantova**. Usufruento al contempo di interessanti servizi legati alle **mete** e alle **attrazioni** che si appresta a visitare durante il suo soggiorno». A raccontare a *BiMag* come la tecnologia sta intervenendo nel campo delle informazioni turistiche è l'ingegner **Bruno Bottini**, il titolare di Bbs.

### Quali servizi mette a disposizione Mito?

«Mito offre agli utenti la possibilità di effettuare un'esplorazione turistica attraverso un **totem** e una **vetrina interattivi, multimediali e multilingua**, che permettono la consultazione di informazioni utili. Come ad esempio i servizi presenti in aeroporto – trasporti, *rent a car*, *vip lounge*, shopping, ristorazione e uffici commerciali –, oppure le informazioni turistiche sui luoghi di destinazione – eventi, strutture ricettive, ristoranti, agriturismi, pub, hotel... –. E ancora: previsioni meteo, calcolo del percorso per raggiungere le mete di destinazione o la possibilità di effettuare direttamente una prenotazione mediante una chiamata VoIP gratuita. Mito non veicola dunque solo informazioni, è un vero e proprio sportello turistico multimediale sempre aperto, grazie al quale l'utente può interagire con gli enti e le aziende turistiche del territorio in modo semplice e veloce, oppure richiedere il supporto di un operatore remoto, collegato in video chiamata e a disposizione in tempo reale, che elargisce consigli ed eventuale supporto nell'acquisto di biglietti con carta di credito».



Bruno Bottini, numero uno di Bbs

BIMAG

TV

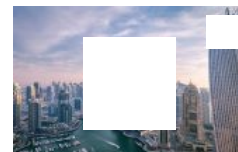
Villa Massa:  
con tradizione  
e innovazione  
si esporta il  
Made in Italy



Pompei,  
viaggio in 3D  
in  
un'autentica  
domus  
padronale



Dubai Expo  
2020: 10mila  
italiani al  
lavoro.  
Ferrauolo: io  
donna  
manager



Google  
premia le  
startup Made  
in Italy con  
Android  
Factory 4.0



BIMAG SOCIAL

Fatti trovare con la  
pubblicità di Google

Inizia Ora

Con un credito di €75

Google AdWords

BIMAG CARRIERE

Nestlé, Massimo  
Ferro a capo  
della...

Sorge in Nestlé  
la direzione...



## Quali caratteristiche lo rendono particolarmente innovativo e diverso dai sistemi già presenti sul mercato?



Mito è presente nella zona arrivi dell'aeroporto di Verona

«La possibilità di disporre *live* di un **operatore remoto preparato** e disponibile, immediatamente dopo l'atterraggio, rappresenta la peculiarità più originale del progetto: paradossalmente è il ritorno ai "rapporti umani" a rendere innovativo Mito. A una semplice informazione digitale vengono aggiunti "**calore umano**" e professionalità. La presenza di un operatore di questo tipo è innovativa non solo per quanto riguarda l'utente, ma anche per lo stesso ente/azienda, perché permette, senza spostare persone già impiegate nelle sedi degli *lat* locali (gli

uffici per l'accoglienza e l'informazione turistica, *ndi*), di presidiare l'aeroporto di Verona con un proprio ufficio turistico, utilizzabile nel momento dell'arrivo dei turisti e cioè quando maggiormente serve».

### Altri elementi innovativi?

«Mito consente di **interpellare operatori remoti "diffusi"** in funzione del tipo di informazione richiesta senza dover passare dalla gestione di un *customer care* centralizzato, che tra l'altro comporterebbe costi legati al personale dedicato. È inoltre innovativo per la multisensorialità offerta dal totem *Wine shop*: un elemento portante del progetto Mito, che introduce la possibilità di **acquistare vino** dopo una degustazione supportata da un *personal shopper* o da un sommelier in grado di fornire informazioni dettagliate sui prodotti».

### Nell'aeroporto di Verona è già attivo da poche settimane, quale bilancio può essere fatto al momento e quali sono state le informazioni più richieste?

«Sebbene siano passati pochi giorni dall'avvio del progetto, emergono già alcuni segnali chiari. Una buona percentuale delle persone che arriva allo scalo veronese passa dal *Multisensorial information tourist office* soprattutto per capire come e con quali mezzi potersi muovere per raggiungere la città. Siamo però convinti che nel breve periodo, a fronte di un aumento degli inserzionisti turistici su Mito, le domande che verranno poste al sistema saranno le più varie: dove mangiare? Dove dormire? Quali sono gli eventi in programma? In generale, informazioni e servizi legati a tutto ciò che il territorio di riferimento dell'aeroporto veronese può mettere a disposizione in un preciso periodo».



A Verona, città turistica, l'ufficio turistico interattivo presso l'aeroporto Catullo

### Quali vantaggi per le aziende può portare l'utilizzo di sistemi di digital care avanzati?

«Intercettare **viaggiatori "reali"** in arrivo all'aeroporto è il primo e indiscutibile valore per le aziende turistiche dei territori. Non si sta dunque facendo riferimento a potenziali visitatori che da casa propria navigano su un sito, creano contatti e traffico e che magari non si sposteranno mai dalle loro quattro mura; ma di gente che è partita "davvero", spesso da Paesi esteri. Turisti che hanno bisogno di servizi e sono alla ricerca di opportunità di svago o cultura e desiderano conoscere le peculiarità del luogo in cui sono appena arrivati. Per le aziende di settore, intercettare questi visitatori significa orientare le loro decisioni».

Bitdefender,  
Denis Cassinerio  
alla guida della...

Bitdefender,  
azienda  
fornitrice di  
innovative...



Lenovo, Daniele  
De Grandis  
general  
manager...

Lenovo ha  
annunciato la  
nomina...



De Agostini  
Editore, Nicola  
Drago direttore...

Dal primo  
ottobre, Nicola  
Drago...



BIMAG OSSERVATORIO

I trend delle imprese su Twitter a cura di **Datalytics**, piattaforma di social media monitoring in tempo reale



BIMAG LETTURA

GIUGNO 2016

### Un ampio spettro di nuove opportunità per le aziende...

«Ricorrere a sistemi di *digital care* con operatori propri collegati in remoto significa offrire alle aziende una possibilità di contatto con i loro potenziali clienti che, anche qualora decidessero di non modificare il loro piano di soggiorno, di sicuro terranno conto delle informazioni ricevute per il loro successivo viaggio e comunque trasmetteranno al loro ritorno un messaggio di accoglienza positivo per la singola azienda e per l'intero territorio».

### Quali ulteriori sviluppi potranno esserci in questo campo nel futuro prossimo?



Mito è un vero e proprio ufficio turistico interattivo multimediale

«Il prossimo passo sarà l'attivazione di Mito in un altro importante aeroporto turistico del nord Italia. A breve vogliamo però raggiungere anche qualche aeroporto estero per intercettare i visitatori prima delle partenze e informarli sulle opportunità che il territorio che stanno per raggiungere può offrire loro. Inoltre, per quanto riguarda l'ambito della funzionalità, abbiamo pensato di inserire in Mito dei sistemi di stampa digitale per la realizzazione fisica di *card* personalizzabili in sostituzione dei voucher: in questo modo il turista potrebbe disporre immediatamente fin dal suo arrivo in aeroporto. In termini di contenuti, invece, ci aspettiamo che le numerose cantine del

territorio sfruttino Mito per la promozione dei loro vini e per la vendita di *tour* in cantina. Diversi comuni e musei sparsi sul territorio, attraverso Mito potranno inoltre promuovere eventi sfruttando il *customer care* messo a disposizione da Bbs».

[gianmarco.gallizzi@bimag.it](mailto:gianmarco.gallizzi@bimag.it)

TAG: AEROPORTO DI VERONA BBS BRUNO BOTTINI INFORMAZIONI MITO  
MULTISENSORY INTERACTIVE TOURIST OFFICE TURISTI VERONA VOIP

CONDIVIDI SU

## RESTIAMO IN CONTATTO

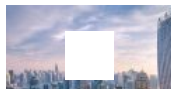
Vuoi essere aggiornato su finanziamenti e opportunità di business in Italia e nel mondo? Iscriviti alle newsletter di BiMag.

## ARTICOLI CHE POTREBBERO INTERESSARTI



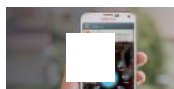
IMPRESE

Villa Massa: con tradizione e innovazione si esporta il Made in Italy



IMPRESE

Dubai Expo 2020: 10mila italiani al lavoro. Ferraiuolo: io donna manager



IMPRESE

ABA English rivoluziona i corsi d'inglese a distanza: app, video, tutor



IMPRESE

Genio d'impresa, foto da Balilla a Vhs: archivio Fiera Milano aperto



MANAGEMENT

Dalai Lama predica l'illuminazione a Rho fiera: Buddha è in tutti noi



MANAGEMENT

Come fare marketing automation e avere lead. Fontimedia: leva per B2B



Obiettivi, strategie e nuovi mercati: i top manager d'Italia intervistati in esclusiva

GRATIS PER TE

[Sfoggia la rivista online](#)

